

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Telah banyak bermunculan industri jasa yang menitikberatkan pada jasa angkutan atau transportasi, untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia baik dari kalangan ekonomi atas, menengah dan bawah. Hal ini dipicu karena perkembangan zaman dan perubahan kondisi masyarakat Indonesia dalam hal berpindah dari satu tempat ke tempat lainnya, baik yang hanya untuk berlibur, maupun urusan pekerjaan.

Salah satu perusahaan yang memberikan layanan jasa transportasi melalui darat adalah Perusahaan Cipaganti Travel. Perusahaan ini menyediakan layanan antar jemput di beberapa daerah. Perusahaan ini membuka banyak jalur transportasi pulang pergi diantaranya adalah jalur Tasikmalaya – Bandung, Sukabumi – Bandung, Cianjur – Bandung, Cirebon – Bandung, Bogor – Bandung.

Perusahaan Cipaganti Travel di dalam menjalankan usahanya di bidang industri jasa transportasi ini tidak sendiri. Namun ada beberapa pesaing seperti 4848, Mitra, dan Fortuna. Dengan adanya persaingan yang begitu ketat menimbulkan para konsumen dalam hal ini pengguna jasa transportasi (antar jemput) ini memiliki beberapa alternatif dalam menentukan dan memilih pelayanan jasa transportasi yang diinginkan. Tentu saja persaingan ini hanya dapat

dimenangkan oleh perusahaan yang memberikan pelayanan jasa terbaik dan dapat memuaskan keinginan dari para konsumen.

Perusahaan Cipaganti Travel ini baru memulai usaha travelnya dipertengahan tahun 2001. Dimana untuk jalur Sukabumi-Bandung ini mulai dibuka pada tahun yang sama juga hanya saja mendekati akhir dari tahun 2001. Meski usaha ini tergolong baru namun sudah mampu bersaing dengan perusahaan travel lainnya di kota Bandung. Perusahaan Cipaganti Travel ini berusaha memberikan yang terbaik bagi para konsumennya, terlihat dari jumlah armada yang cukup banyak dan rata-rata kendaraannya merupakan kendaraan baru. Dengan modal inilah perusahaan ini mampu bersaing dengan perusahaan travel lainnya yang telah lebih dulu berjalan.

Adapun setelah dilakukan peninjauan secara langsung oleh penulis, dengan bertemu langsung baik dengan pihak perusahaan maupun pihak konsumen dari Cipaganti Travel, dapat disimpulkan bahwa masih terdapat kekurangan yang perlu dibenahi oleh perusahaan ini. Seperti halnya keterlambatan waktu penjemputan, sopir yang kurang ramah, maupun dalam mengendarai mobil yang kurang nyaman, dan sebagainya.

Keluhan-keluhan maupun rasa ketidakpuasan ini merupakan sebuah indikasi bahwa pelayanan yang diberikan Cipaganti Travel belum mampu memenuhi tingkat kepuasan konsumen. Bahkan ada beberapa jalur perjalanan terutama untuk Sukabumi – Bandung, yang masih sedikit pelanggannya, ditandai jumlah armada yang masih sedikit yaitu 1 mobil saja. Walau demikian para

konsumen berharap agar kekurangan seperti ini mampu diantisipasi secepat mungkin oleh perusahaan.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Adapun masalah yang dihadapi oleh Perusahaan Cipaganti Travel adalah sebagai berikut:

1. Persepsi konsumen sebagai pengguna jasa transportasi dari Perusahaan Cipaganti Travel kurang baik.
2. Keunggulan dan kelemahan Cipaganti Travel sebagai perusahaan jasa yang belum diketahui dengan baik oleh para konsumen.
3. Faktor penyebab konsumen tidak menggunakan jasa Cipaganti Travel lagi belum diketahui secara jelas.

Dengan adanya penelitian ini, penulis mencoba membantu perusahaan untuk mengetahui kinerja perusahaan, kesenjangan (gap) antara harapan dengan kinerja dengan menggunakan *servqual*. Melalui metode ini diharapkan perusahaan mendapat masukan dari penulis untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanannya.

## 1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi

Mengingat begitu luasnya ruang lingkup permasalahan yang akan dibahas, maka penulis mencoba untuk membuat pembatasan masalah. Adapun pembatasan masalahnya sebagai berikut:

1. Pengamatan dilakukan pada Perusahaan Cipaganti Travel di Bandung.

2. Pengamatan difokuskan pada jalur Sukabumi – Bandung.

Asumsi:

Tidak ada gejolak ekonomi yang cukup berarti sehingga dapat mempengaruhi kondisi ekonomi masyarakat (khususnya sebagai pengguna jasa) dan perusahaan.

#### **1.4 Perumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas maka perumusan masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi manajemen tentang harapan konsumen?
2. Bagaimana persepsi manajemen tentang harapan konsumen dengan melihat spesifikasi kualitas pelayanan?
3. Bagaimana dengan penyampaian jasa perusahaan kepada konsumen?
4. Adakah kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dengan penyampaian jasa perusahaan?
5. Adakah kesenjangan antara penyampaian jasa perusahaan dengan komunikasi eksternal?
6. Bagaimanakah persepsi konsumen atas pelayanan jasa Cipaganti Travel?
7. Bagaimana kesenjangan antara ekpektasi dan persepsi konsumen di Cipaganti Travel?

8. Upaya apa saja yang perlu dilakukan, dan dicermati dengan baik oleh Perusahaan Cipaganti Travel dalam meningkatkan kepuasan konsumen?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan perumusan masalah di atas maka penulis mencoba menguraikan maksud atau tujuan dari penelitian ini. Dimana tujuan penelitiannya adalah untuk mengetahui:

1. Persepsi manajemen tentang harapan konsumen.
2. Persepsi manajemen tentang harapan konsumen dengan melihat spesifikasi kualitas pelayanan.
3. Penyampaian jasa perusahaan kepada konsumen.
4. Kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dengan penyampaian jasa perusahaan.
5. Kesenjangan antara penyampaian jasa perusahaan dengan komunikasi eksternal.
6. Persepsi konsumen atas pelayanan jasa Cipaganti Travel.
7. Kesenjangan antara ekpektasi dan persepsi konsumen di Cipaganti Travel.
8. Upaya yang perlu dilakukan, dan dicermati dengan baik oleh Perusahaan Cipaganti Travel dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

## 1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang bisa didapatkan perusahaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan dapat mengetahui kebutuhan dan keinginan serta kepuasan konsumen dalam hal ini penumpang sebagai pengguna jasa terhadap pelayanan jasa telah diberikan, sehingga dapat melakukan usaha-usaha perbaikan yang diperlukan untuk lebih memperbaiki fasilitas, kinerja, dan kualitas pelayanannya.
2. Perusahaan dapat memperoleh masukan agar dapat meningkatkan kualitas pelayanannya sesuai dengan keinginan pasar (*market oriented*).
3. Perusahaan dapat melakukan penetrasi pasar, sehingga akan meningkatkan keuntungan bagi perusahaan.
4. Pihak pengelola dapat mengantisipasi kecenderungan pasar yang akan terjadi.

## 1.7. Sistematika Penelitian

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab pendahuluan ini berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah dan asumsi, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penelitian.

BAB 2 : LANDASAN TEORI

Bab ini berisi teori-teori yang mendasari topic pengukuran ekspektasi dan persepsi konsumen serta kesenjangan di antara keduanya, metode yang digunakan (SERVQUAL), karakteristik dan kualitas pelayanan jasa, pemasaran, pengujian validitas dan reliabilitas, beserta implikasi-implikasi lainnya.

**BAB 3 : METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisi langkah-langkah penelitian secara prosedural sejak penentuan topik hingga penarikan kesimpulan dan saran, dengan memuat di dalamnya langkah-langkah teknik penelitian yang digunakan, pengumpulan dan pengolahan data, dan analisa hasil pengolahan data.

**BAB 4 : PENGUMPULAN DATA**

Pada bab ini dilakukan pengumpulan data-data yang diperlukan, seperti sejarah singkat, hal-hal yang berkaitan dengan perusahaan, hasil kuesioner, pemeriksaan kuesioner, dan hal-hal lainnya.

**BAB 5 : PENGOLAHAN DAN ANALISIS DATA.**

Bab ini berisi pengolahan data-data yang telah diambil dengan menggunakan metode-metode yang berhubungan dengan penelitian, disertai dengan uraian analisa terhadap hasil kuesioner yang dibagikan beserta hasil-hasilnya.

**BAB 6 : KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini merupakan bab penutup, sekaligus berisi rangkuman dari topik-topik yang telah dibahas di bab-bab sebelumnya. Disertai juga saran-saran yang ditujukan pada pihak perusahaan Cipaganti Travel, dan saran-saran untuk penelitian selanjutnya.